

Consejos de medios para organizaciones de primera línea

Desarrollar una buena relación con los miembros de los medios de comunicación es una estrategia útil para promover las misiones y objetivos de las organizaciones, pero a veces los periodistas tergiversan a las comunidades afectadas o hacen declaraciones amplias y radicales sobre un tema que dejan voces importantes fuera de la historia.

Esta es una experiencia común para las organizaciones de primera línea y de base. La cobertura de la justicia ambiental [todavía es muy baja](#) en las noticias. A medida que trabajamos juntos para hacer avanzar estas narrativas, habrá ocasiones en que los periodistas no aciertan; cuando esto sucede, brinda la oportunidad de replantear e influir en el posicionamiento futuro.

Construyendo relaciones con periodistas

Establecer relaciones con los periodistas es su mejor arma contra la desinformación. Los periodistas aprecian una relación mutuamente beneficiosa.

- **Identifique** a los periodistas que crea que han estado realizando una cobertura que refleje su comunidad.
- **Síguelos** en las redes sociales (Twitter/X). Conozca su tono, sus ritmos.
- **Comuníquese:** preséntese por correo electrónico y enumere los recursos, expertos e historias que puede ofrecer.
- **Reaccione a sus historias** (por correo electrónico/Twitter) y, cuando corresponda, ofrezca ideas para historias como seguimientos que incluyan su narrativa y los impactos en su comunidad.
- **Durante las entrevistas:**
 - Sea sincero sobre sus experiencias vividas antes de una entrevista. No asuma que el periodista sabe nada. Esta es una oportunidad para que usted los eduque.
 - Si aún no se siente cómodo realizando entrevistas, está bien avanzar a la velocidad de la confianza; ofrecer información extraoficial o en segundo plano podría ser un buen comienzo.
- **Establecimiento de acuerdos con periodistas:** Extraoficialmente significa que la información que usted proporciona al periodista no se puede utilizar para publicación. Esta es una oportunidad para establecer la confianza con el periodista brindándole una muestra de información valiosa. En segundo plano significa que la información se puede publicar bajo sus condiciones. Esas reglas deben establecerse antes de brindar

cualquier información a los periodistas. También es útil repetir las reglas a lo largo de la conversación.

Solicitar correcciones de la historia

- Identifique al periodista que escribió la historia y/o el correo electrónico de la mesa de tareas. Una simple búsqueda en Google como “KPNX-TV asignación de mesa” puede ayudarle a encontrar nombres y direcciones de correo electrónico.
- Escriba un correo electrónico con un enlace a la historia o al menos el título y la fecha en que se publicó.
- Indique clara y cortésmente cómo la historia desinforma o caracteriza erróneamente a la comunidad.
- Ofrezca antecedentes útiles con enlaces que respalden sus argumentos (la falta de antecedentes suele ser la razón por la que los periodistas cometen errores).
- Agregue "requesting a correction" (solicitando una corrección) a la línea de asunto para obtener atención inmediata.

Cartas al editor

- Las cartas al editor son una buena manera de reaccionar ante una historia e insertar su narrativa.
- Son una respuesta directa a un artículo publicado en un periódico y, por lo general, deben enviarse dentro de los 3 a 5 días posteriores al original.
- Son muy breves, normalmente de unas 200 palabras.